

## Zasoby niematerialne i kapitał intelektualny a wartość przedsiębiorstwa

Barbara Czerniachowicz\*

**Streszczenie:** Gospodarka oparta na wiedzy powoduje, że przedsiębiorstwa zaczynają postrzegać zasoby niematerialne oraz kapitał intelektualny jako strategiczne zasoby pozwalające uzyskać przewagę konkurencyjną w otoczeniu. Niestety istnieje trudność w mierzeniu kapitału intelektualnego oraz prezentowaniu go w zasobach księgowych, tak aby wskazać jego znaczenie i rolę w kształtowaniu wartości przedsiębiorstwa. Ponoszone przez organizacje nakłady na kreowanie i budowanie elementów kapitału intelektualnego można traktować jako długoterminową inwestycję, bowiem przynosi ona wymierne korzyści, głównie w czasie tworzenia wartości przedsiębiorstw. Ważne jest aby było sprzężenie kapitału ludzkiego z kapitałem strukturalnym wewnętrznym oraz zewnętrznym, gdyż pozwoli to na całościowe wykorzystanie potencjału podmiotu gospodarczego i osiągnięcie celów strategicznych związanych z budowaniem wartości jednostki organizacyjnej. Celem artykułu jest prezentacja istoty zasobów niematerialnych, koncepcji kapitału intelektualnego i roli jego części składowych w kształtowaniu wartości przedsiębiorstwa. W opracowaniu starano się przedstawić założenia konstrukcji przykładowych modeli wartości przedsiębiorstwa uwzględniających zasoby niematerialne.

**Słowa kluczowe:** zasoby niematerialne, kapitał intelektualny, wartość przedsiębiorstwa, modele wartości przedsiębiorstwa

### Wprowadzenie

Współcześnie przedsiębiorstwa wyznaczając jeden z najważniejszych celów związanych z kreowaniem swojej wartości, wskazują jednocześnie na rosnącą rolę zasobów niematerialnych oraz wzrost znaczenia koncepcji kapitału intelektualnego. Literatura przedmiotu mocno podkreśla zarówno konieczność budowania zasobów niematerialnych, jak i odpowiedniego kształtowania elementów kapitału intelektualnego. Ważne są przy tym powiązania i interakcje między jego składnikami, możliwości ich wyceny oraz relacje pomiędzy kapitałem intelektualnym, a wartością jednostki organizacyjnej. Kapitał intelektualny wraz z kapitałem finansowym tworzy bowiem wartość organizacji.

Rola i miejsce zasobów organizacji w procesie budowania jej wartości zmienia się w czasie oraz przestrzeni. Obecnie systematycznie wzrasta znaczenie zasobów niematerialnych, co nie jest równoznaczne z absolutnym pominięciem roli zasobów materialnych w funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych. Przedsiębiorstwa wykorzystują różne zasoby, co

---

\* dr Barbara Czerniachowicz, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, e-mail: b.czerniachowicz@wneiz.pl.

wynika z charakteru działalności, funkcjonowania w danym sektorze czy relacji rynek – produkt, co powoduje występowanie konkretnych mechanizmów tworzenia przewagi konkurencyjnej lub jej utraty w otoczeniu. Zachowanie przewagi może być uzależnione od tzw. „odporności” ważnych zasobów na ich imitację (kopiowanie) przez konkurentów. Utrata odporności może skutkować spadkiem wartości strategicznej posiadanych zasobów.

## **1. Zasoby organizacji w procesie tworzenia wartości**

Konfiguracja posiadanych przez przedsiębiorstwo zasobów może być unikatowa i stanowić przez to istotne źródło tworzenia przewagi strategicznej w otoczeniu. Szczególnie cenne dla organizacji okazują się zasoby niematerialne, bowiem najczęściej są rzadkie, ograniczone, mogą być w ograniczony sposób imitowane czy zastępowane innymi zasobami (mają ograniczoną substytucyjność). Charakter zasobów niematerialnych powoduje, iż zachowują się inaczej niż zasoby materialne w trakcie ich użytkowania. Do najważniejszych cech zasobów niematerialnych, rozróżniających je od materialnych można zaliczyć (Głuszek 2004, s. 26–27):

- urzeczywistnianie poprzez ludzi,
- wzajemne wzmacnianie i wzbogacanie zasobów niematerialnych,
- możliwość jednoczesnego wielorakiego wykorzystania,
- długotrwała akumulacja.

B. Godziszewski (2001, s. 88–89), opierając się na propozycji I.R. Williamsa (1992, s. 29–55), dzieli zasoby niematerialne na trzy grupy, ze względu na ich trwałość wartości strategicznej:

- pierwsza grupa to zasoby, które długo zachowują wartość strategiczną, dzięki ochronie patentowej albo innymi prawami własności, specjalnym relacjom z odbiorcami opartym na lojalności i zaufaniu, prawa własności bowiem skutecznie chronią zasoby przed ich imitacją,
- grupa druga składa się z zasobów o standardowym okresie trwałości, najczęściej występują w sektorach o dużej skali produkcji, w których przedsiębiorstwa są narażone na dużą presję imitacji przez konkurentów,
- do trzeciej grupy należą zasoby w sektorach o wysokim poziomie innowacyjności, gdzie produkty podlegają bardzo częstym zmianom konstrukcji oraz funkcjonalności, kreatywne inicjowanie innowacji produktowych wpływa na powstawanie nowych wyrobów. Bazą tworzenia owych produktów będzie pomysł (idea) związana z doskonaleniem, zmianą, poszukiwaniem nowej funkcjonalności, czy przydatności dla odbiorcy, przy czym cykl życia takich wyrobów jest raczej krótki (przykładowo w dziedzinach wytwórczości wykorzystujących technologię informatyczną, może zamykać się w jednym roku).

Proces transformacji zasobów organizacji jest skomplikowany, bowiem przedsiębiorstwo najczęściej pozyskuje zasoby ze swojego otoczenia, ale niektóre z nich, głównie niektóre zasoby niematerialne, kreuje we własnym zakresie. Budują one wartość organizacji na wejściu (input) w proces transformacji (Czerniachowicz, Marek, Szczepkowska 2008, s. 111–130), ale wartość ta nie stanowi prostej sumy wartości księgowej zasobów przedsiębiorstwa ponieważ:

- a) nie wszystkie zasoby będą ujmowane w bilansie, chociaż próbuje się to uczynić, ciągle nie udało się wypracować powszechnie obowiązujących metod wyceny wszystkich zasobów jednostki organizacyjnej. Ważne jest szczególnie dla tych przedsiębiorstw, dla których o wartości bardziej decydują czynniki niematerialne, a ich wartość może być wyżej szacowana niż wartość posiadanych zasobów materialnych. Szacowanie wartości zasobów przedsiębiorstwa spotyka się z trudnościami głównie przy wartościach zasobów niematerialnych;
- b) zasoby niematerialne posiadają specyficzną cechę związaną z możliwością wykorzystywania ich w wielu miejscach w tym samym czasie, zatem ten sam zasób tworzy wartość podmiotu gospodarczego na wejściu, dzięki budowaniu wartości wszystkich wewnętrznych strategicznych jednostek biznesu. W szeroko rozumianym procesie transformacji zasobów, które mogą dotyczyć różnorodnych lokalizacji prowadzonych działań przez przedsiębiorstwo oddziałują efekty synergiczne;
- c) zewnętrznym źródłem wartości podmiotu gospodarczego tworzonej w ramach kapitału partnerskiego oraz klienckiego jest również jego otoczenie.

Organizacje często wskazują, że nabywanie i tworzenie zasobów, a także ponoszenie nakładów na kreowanie oraz budowanie elementów kapitału intelektualnego, jest ich długoterminową inwestycją przynoszącą wymierne korzyści, głównie kształtowaniu swojej wartości. W tym procesie ważne jest sprzężenie danych elementów zasobów, gdyż umożliwi to pełne wykorzystanie potencjału przedsiębiorstwa oraz osiągnięcie strategicznego celu związanego z tworzeniem jego wartości.

## **2. Rola elementów niefinansowych w kształtowaniu wartości przedsiębiorstw**

Do efektów, których spodziewają się przedsiębiorstwa pozyskując i tworząc czynniki niematerialne, możemy zaliczyć (Urbanek 2008, s. 28):

- wzrost produktywności poprzez obniżenie różnych kategorii kosztów,
- poprawa konkurencyjności dzięki zwiększeniu wartości innych aktywów,
- budowanie barier wejścia lub mobilności poprzez zwiększenie wymogów inwestycyjnych dla konkurentów czy lojalności klientów,
- wzrost sprzedaży dzięki określeniu wyższych cen, lepszej jakości, silnej marki oraz lepszej funkcjonalności produktu,
- możliwości różnych sposobów działania dla organizacji.

O wartości podmiotu gospodarczego decydują zarówno czynniki materialne, jak również niematerialne. W tabeli 1 zaprezentowano niektóre materialne i niematerialne czynniki tworzące wartość organizacji.

**Tabela 1**

Wybrane czynniki materialne oraz niematerialne wartości przedsiębiorstwa

Czynniki materialne	Czynniki niematerialne
Stopa wzrostu sprzedaży	Przywództwo
Marża zysku operacyjnego	Umiejętność realizacji strategii
Inwestycje w kapitał pracujący	Wartość marki
Inwestycje w kapitał stały	Reputacja
Koszty kapitału	Sieci i sojusze
Gotówkowa stopa podatkowa	Technologie i procesy
Wolne strumienie pieniężne	Wiedza pracowników
Dźwignia operacyjna	Kultura organizacji,
Dźwignia finansowa	Innowacyjność
	Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna
	Relacje z interesariuszami
	Lojalność klientów

Źródło: Jabłoński, Jabłoński (2005), s. 27.

Wskazanie wszystkich elementów tworzących wartość umożliwia zbudowanie strategii rozwoju, a także wpływa na wzrost efektywności działania podmiotu gospodarczego. W literaturze przedmiotu można znaleźć podział czynników kształtujących wartość przedsiębiorstwa wyróżniający składniki finansowe (materialne) oraz niefinansowe (niematerialne) czy intelektualne. Przykładowe elementy kreujące wartość organizacji w podziale na czynniki finansowe i pozafinansowe przedstawiono w tabeli 2.

Z. Pierścionek (1996, s. 118–120) dzieli zasoby przedsiębiorstwa na:

- a) materialne, do których zalicza zasoby fizyczne (technologia zaopatrzenia w materiały, analiza zapasów, organizacja produkcji, ocena działalności badawczo-rozwojowej, relacje z kooperantami) i finansowe (ocena płynności, aktywności, zyskowości, czy też możliwości inwestycyjnych);
- b) niematerialne, w skład których wchodzi umiejętność zarządzania, zasoby technologiczne, przede wszystkim: organizacja (struktura organizacyjna, umiejętności zarządcy, hierarchia celów, procedur i zasad podejmowania decyzji, systemy informacji), zasoby ludzkie (stosunki międzyludzkie, system bodźców, system ocen pracowników, metody rekrutacji pracowników, system szkoleń, rotację zatrudnienia i absencję), czy marketingowe (ocena strategii produktu, cen, promocji i dystrybucji, segmentacji rynku).

**Tabela 2**

Podstawowe czynniki kształtujące wartość współczesnego przedsiębiorstwa

Czynniki finansowe	Czynniki pozafinansowe			
	środowiskowe	społeczne i wynikające z zasobów ludzkich	niematerialne i intelektualne	rynkowo-marketingowe
– zdolność do generowania zysków i wolnych przepływów pieniężnych	– stosunki z agencjami rządowymi	– organizacja zatrudnienia	– patenty	– kanały dystrybucji
– stopy procentowe i koszt kapitału	– współpraca ze społecznością lokalną	– relacje i kontakty osobiste	– ochrona prawna korzyści	– korzyści skali
– warunki podatkowe	– zawieranie kontraktów z dostawcami i odbiorcami	– zasoby wiedzy i doświadczenie pracowników	– technologie i know-how	– działania promocyjne
– rezerwy gotówkowe	– sprzyjające regulacje administracyjno-prawne	– nakłady na rozwój pracowników	– marka i znak handlowy	– grupy klientów
– zarządzanie aktywami trwałymi i obrotowymi	– bariery wejścia do sektora	– talent i doświadczenie zarządzających	– wzory i procesy licencje	
		– dobre relacje ze związkami zawodowymi	– stopień innowacyjności rozwoju	
		– podział zadań i kompetencji		

Źródło: Skoczylas (2007), s. 13.

Przedsiębiorstwa koncentrują się na kształtowaniu wartości niematerialnych, dzięki czemu skupiają się na wykorzystaniu wiedzy, aby osiągnąć przewagę konkurencyjną. Kompetentne wykorzystanie zdobytych oraz posiadanych wartości niematerialnych według Kaplana i Nortona (2001, s. 23) umożliwia przedsiębiorstwom:

- sprawne, szybkie oraz skuteczne produkowanie wysokiej jakości wyrobów i usług, dopasowanych do potrzeb odbiorców,
- umiejętność znalezienia nowych grup klientów oraz utrzymanie dobrych relacji z obecnymi odbiorcami, w celu zapewnienia ich lojalność, a także aby wejść na nowe obszary rynku,
- wdrażanie innowacyjnych produktów i usług będących konsekwencją reagowania na oczekiwania docelowych grup klientów,
- tworzenie technologii informatycznych, systemów informacyjnych i baz danych,
- efektywniejszą motywację pracowników do rozwoju zawodowego, doskonalenia kompetencji, wzbogacania procesów i polepszenia jakości, jak również skracania czasu reakcji na sygnały z otoczenia.

### 3. Kapitał intelektualny a wartość przedsiębiorstwa

W teorii i praktyce gospodarczej można znaleźć wiele definicji i interpretacji pojęcia kapitału intelektualnego. Pomimo, że nie ma jednoznacznej, ogólnie akceptowalnej definicji, to z pewnością kapitał ten wpływa na przyszłość organizacji. Wśród wielu definicji kapitału intelektualnego można wskazać dominujące podejścia (Czerniachowicz 2011, s. 725):

- suma aktywów, agregowana z czynności intelektualnych, które związane są z nabywaniem nowej wiedzy w procesie uczenia się, a także z budowaniem cennych relacji z innymi,
- suma ukrytych aktywów organizacji nie w pełni ujęta w sprawozdawczości bilansowej, obejmująca kapitał ludzki wraz z kapitałem strukturalnym rozumianym jako produkt ukierunkowanych działań ludzkich,
- wiedza, praktyczne doświadczenie, technologie, dobre stosunki z odbiorcami, wszelkie umiejętności umożliwiające przedsiębiorstwu osiągnąć pozycję lidera na rynku.

W latach 90. XX w. wyniki badań prowadzonych w Skandii ukazały następującą klasyfikację aktywów niematerialnych (Sveiby 1997, s. 10–12):

- kapitał ludzki, zintegrowany z pracownikiem i jego wiedzą, doświadczeniem, obecnością i możliwościami funkcjonowania w organizacji,
- kapitał strukturalny wewnętrzny, czyli kultura organizacyjna, patenty, systemy komputerowe, administracyjne,
- kapitał strukturalny zewnętrzny, związany z relacjami z odbiorcami i dostawcami, marką, reputacją oraz wizerunkiem przedsiębiorstwa.

W czasie tych badań sformułowano następujące wnioski odnoszące się do kapitału intelektualnego (Edvinsson, Malone 2001, s. 39):

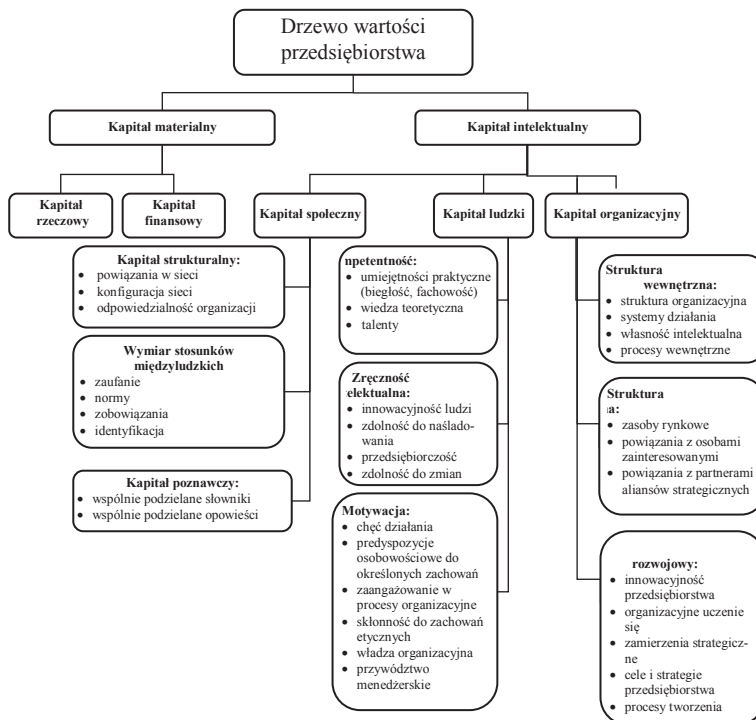
- kapitał intelektualny jest kapitałem niefinansowym, który pokazuje lukę między wartością rynkową a księgową,
- dane związane z kapitałem intelektualnym to dodatkowe, ale nie drugorzędne informacje względem danych finansowych,
- kapitał intelektualny stanowi zobowiązanie, nie jest częścią majątku czyli aktywów.

W 1994 roku został opublikowany raport Skandii „Visualizing Intellectual Capital”, który skupił ogólnościową uwagę, gdyż zaprezentowano w nim stan oraz wykorzystane metody pomiaru kapitału intelektualnego (Strojny 2000, s. 16). Na podstawie tradycyjnego sprawozdania finansowego – bilansu został zbudowany monitor zasobów niematerialnych Sveiby’ego (Głuszek 2004, s. 269–270). Przy pomiarze zasobów niematerialnych wzięto dwa główne cele oraz dwie grupy, które są zainteresowane uzyskanymi wynikami. Istotnym aspektem była zewnętrzna prezentacja organizacji dla inwestorów, klientów, potencjalnych partnerów strategicznych, chcących ocenić jakość zarządzania organizacją. Ważnym celem był również pomiar wewnętrzny, dzięki któremu można pozyskać informacje przydatne dla menedżerów zarządzających, aby kontrolować funkcjonowanie podmiotu w wielu aspektach oraz wymiarach. Monitor zasobów niematerialnych składa się z indywidualnych

kompetencji, struktury wewnętrznej i zewnętrznej, a na wartość rynkową przedsiębiorstwa oprócz aktywów niematerialnych, także wpływ mają wartości netto aktywów fizycznych (Dudycz 2005, s. 218). Model ten koncentruje się na wskaźnikach ukazujących zmiany w aktywach niematerialnych, a analizę wykonuje się ze względu na wzrost, rozwój, efektywność i ryzyko.

Skandia Navigator to kolejny ważny model identyfikacji wartości organizacji (schemat wartości Skandii), został zbudowany na podstawie założeń Sveiby'ego (Micha 2003, s. 362). Opracowano w nim model kaskadowy wartości podmiotu organizacyjnego, w którym kapitał intelektualny składa się z kapitału ludzkiego (wiedza i umiejętności oraz postawy i wartości) i strukturalnego (kapitał organizacyjny - organizacja wewnętrzna oraz kapitał relacji z klientami – relacje zewnętrzne).

Kolejnym istotnym modelem jest strategiczna karta wyników, która pomocna jest w zarządzaniu przedsiębiorstwem nastawionym długoterminowo. Efektywność organizacji mierzy się przyjmując ściśle wzajemne współzależności pomiędzy poszczególnymi sferami działania podmiotu. Model ten uwzględnia cztery perspektywy: finansową, klienta,



**Rysunek 1.** Drzewo wartości przedsiębiorstwa

Źródło: Bratnicki, Strużyńska (2001), s. 70.

procesów wewnętrznych, naukę i rozwój. Według Kaplana (2000) strategiczna karta wyników daje wykładnię, jak misję i strategię przedsiębiorstwa przenieść na zadania, cele czy miary, a przy okazji umożliwia uzyskanie równowagi pomiędzy wskaźnikami na użytek inwestorów czy klientów, a wskaźnikami istotnymi z punktu widzenia rozwoju organizacji (pokazującymi innowacyjność, zdolność do uczenia czy też jakość wewnętrznych procesów biznesowych).

Drzewo wartości przedsiębiorstwa zostało przedstawione na rysunku 1. Rola i znaczenie kapitału intelektualnego w kreowaniu wartości organizacji jest obecnie mocno akcentowane przez praktyków. Uważa się bowiem, że kapitał intelektualny można zidentyfikować w każdym podmiocie gospodarczym, bez względu na formę działalności czy sektor działania, jednakże często przedsiębiorstwa nie mają świadomości jego istnienia oraz znaczenia w tworzeniu swojej wartości.

R.E.S. Boulton, B.D. Libert i S.M. Samek (2001, s. 20) sformułowali Model Dynamiki Wartości, który do bilansu aktywów finansowych i rzeczowych dodaje następujące kategorie: pracowników, odbiorców i dostawców oraz organizację. Model ten wskazuje, że aktywa składają się z wartości kontrolowanych przez przedsiębiorstwo, a także znajdujących się poza nim (Kuźnia 2008, s. 132). Takie podejście daje możliwość identyfikacji i skorzystania z potencjału wszystkich dostępnych aktywów ważnych dla gospodarki. W tym modelu ukazane są różnice pomiędzy aktywami relacji dośrodkowych, prowadzących z organizacji na rynek oraz odśrodkowych, związanych z wpływem klientów czy dostawców na funkcjonowanie podmiotu gospodarczego.

## **Uwagi końcowe**

Reasumując należy stwierdzić, iż kapitał intelektualny powszechnie postrzegany jest jako ważny czynnik wpływający na efektywność funkcjonowania oraz rozwój jednostki organizacyjnej. Kapitał ten daje możliwość uzyskania odpowiedniej pozycji konkurencyjnej czy osiągnięcie pozycji lidera na rynku, przy równoczesnym pomnażaniu wartości organizacji. Model kapitału intelektualnego Rossa (Głuszek 2001, s. 117–127) skonstruowany z dwóch elementów: kapitału ludzkiego oraz kapitału strukturalnego, ukazuje ważny problem roli elementów składowych kapitału intelektualnego i ich wpływu na wartość przedsiębiorstwa. G. i J. Ross twierdzą, że „kapitał intelektualny to suma ukrytych aktywów przedsiębiorstwa nieuwzględnianych w jego sprawozdaniu bilansowym, obejmująca zarówno to, co znajduje się w głowach pracowników, jak i to, co zostaje po ich odejściu” (Ross, Ross 1997, s. 38). Model ten wskazuje, że w kapitale ludzkim można wyróżnić kompetencje, postawy oraz zdolności intelektualne, natomiast w kapitale strukturalnym: relacje zewnętrzne, organizację, rozwój i wzrost (Ross, Ross, Dragonetti, Edvinsson 1997). Do kapitału strukturalnego można zaliczyć relacje zewnętrzne przedsiębiorstwa, co wiąże się coraz powszechniejszymi w praktyce gospodarczej tendencjami do spłaszczania struktur organizacyjnych, czy wzrostu znaczenia powiązań kooperacyjnych. Najważniejszymi źródłami



kapitału relacyjnego są odbiorcy, dostawcy, jednostki współpracujące, inwestorzy, czy też lokalna społeczność. Intensywność związków z partnerami zewnętrznymi zyskuje na randze, gdyż stanowią ważną skarbnicę wiedzy i wpływają na długotrwałość więzi organizacji z otoczeniem. Istotnym elementem kapitału strukturalnego jest również organizacja. Wartość przedsiębiorstwa jest własnością podmiotu, zatem wymaga stałej uwagi oraz świadomości w jej kreowaniu, a składa się ze wszystkich fizycznych i niefizycznych przejawów kapitału intelektualnego (związanych z kulturą organizacyjną, infrastrukturą, procesami). Struktura organizacji łączy się ściśle z infrastrukturą należącą do własności intelektualnej, gdyż może składać się między innymi z baz danych o klientach, patentów, marek i znaków handlowych. Kolejnym składnikiem są procesy, które łącznie z procedurami umożliwiają działanie przedsiębiorstwa na rynku. Procesy są sformalizowane w postaci dokumentów, instrukcji obsługi lub przekazywane bezpośrednio przez pracowników. Zaś kultura, która budowana jest dzięki wzajemnym kontaktom uczestników jednostki organizacyjnej, odnosi się do sposobu funkcjonowania przedsiębiorstwa. Kapitał odnowy i rozwoju jest ostatnim składnikiem kapitału strukturalnego i związany jest z niematerialnymi czynnikami ważnymi dla podmiotu gospodarczego w generowaniu wartości.

Podsumowując, podstawą istoty kapitału intelektualnego jest identyfikowanie, gromadzenie, kreowanie oraz wykorzystanie wiedzy, a następnie jej rozpowszechnianie. Kapitał intelektualny można zdefiniować jako różnicę między wartością rynkową oraz księgową organizacji. Ważnym zagadnieniem jest jednak prawidłowość, skuteczność i miarodajność pomiaru wartości rynkowej. W rzeczywistości mamy do czynienia z wieloma modelami wyceny podmiotów organizacyjnych i wykorzystując je, mogą powstać różnice w wartościach końcowych (Marcinkowska 2005, s. 61–66). Wartość organizacji uzależniona jest od odpowiedniego kształtowania poszczególnych czynników zasobów niematerialnych oraz od identyfikacji i kreowania kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie. Duże znaczenie mają w tym kompetencje menedżerów zarządzających oraz jakość posiadanego kapitału ludzkiego. Współcześnie następuje zmiana podejścia do poszczególnych zasobów w przedsiębiorstwie, określa się jakie elementy tworzą kapitał intelektualny, a przez to długoterminowo budują wartość organizacji.

## Literatura

- Boulton R.E.S., Libert B.D., Samek S.M. (2001). *Odczytując kod wartości. Jak firmy tworzą wartość w nowej gospodarce*. Warszawa: WIG-Press.
- Czerniachowicz B. (2011). Zasoby niematerialne w kształtowaniu wartości przedsiębiorstwa. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 37.
- Czerniachowicz B., Marek S., Szczepkowska M. (2008). Zasoby i ich rola w działalności przedsiębiorstw, w: S. Marek (red.), *Elementy nauki o przedsiębiorstwie*. Szczecin: Economicus.
- Edvinsson L., Malone M.S. (2001). *Kapitał intelektualny*. Warszawa: PWN.
- Głuszek E. (2001). Wskaźnikowa metoda oceny kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa, w: M. Moszkowicz (red.), *Strategie i konkurencyjność przedsiębiorstw po dziesięciu latach transformacji*. Polanica Zdrój.
- Głuszek E. (2004). *Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego.

- Godziszewski B. (2001). *Zasobowe uwarunkowania strategii przedsiębiorstwa*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu im. M. Kopernika w Toruniu.
- Jabłoński M., Jabłoński A. (2005). *Kluczowe czynniki wartości firmy a jej rozwój. Controlling i rachunkowość zarządcza*, nr 7, Warszawa: PWE.
- Kaplan R.S., Norton D.P. (2001). *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kaplan S.R. (2000). Spełniająca się strategia. *Computerworld*, 9.
- Kuźnia K. (2008). Kapitał ludzki jako podstawa sukcesu nowoczesnego przedsiębiorstwa, w: G. Maniak (red.), *Problemy ekonomii i polityki gospodarczej*. Szczecin: Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Marcinkowska M. (2005). Kapitał intelektualny jako źródło przewagi konkurencyjnej współczesnej firmy, w: *Wycena i zarządzanie wartością firmy* (s. 61–66). Warszawa: Poltext.
- Micha A. (2003). Przegląd koncepcji kapitału intelektualnego przedsiębiorstw, w: E. Urbańczyk (red.), *Nowe tendencje w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa. Aktualny stan i perspektywy rozwoju*. Szczecin: Kreos.
- Pierścioń Z. (1996). *Strategie rozwoju firmy*. Warszawa: PWN.
- Ross G., Ross J. (1997). Measuring your Company's Intellectual Performance. *Long Range Planning*, June.
- Ross J., Ross G., Dragonetti N.C., Edvinsson L. (1997). *Intellectual Capital, Navigating the New Business Landscape*. London: MacMillan Business.
- Skoczylas W. (2007). *Determinanty i modele wartości przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Strojny M. (2000). Zarządzanie kapitałem intelektualnym. Ogólny zarys koncepcji. *Przeгляд Organizacji*, 7/8.
- Sveiby K.E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge – Based Assets*. San Francisco: Barret – Kohler Publishers.
- Urbanek G. (2008). *Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Williams (1992). *How sustainable is your competitive advantage?*. *California Management Review*, 13.

#### NON-MATERIAL RESOURCES AND INTELLECTUAL CAPITAL AS ELEMENTS OF ENTERPRISE'S VALUE

**Abstract:** Management is a relatively new corporate issue brought into the workplace because of the changing conditions, structures and marketplace priorities in every organisation. It stimulates creativeness, allows people to achieve higher results and moreover stimulates innovations and increases productivity. It also determines the kind of the decisions taken in the organisation, creates the culture of change and directs the future in the enterprise. The source of an enterprise's advantage is its intellectual capital. One of the most important issues of intellectual capital is the difficulty in measuring it and presenting it in a financial statement to be able to demonstrate the role and its importance in building the value of a company. Companies treat expenditure incurred for the creation and development of elements of intellectual capital as a kind of long-term investment that brings measurable benefits, especially the creation of business units. However, only the coupling of human capital, internal and external structural capital, will allow the full potential of the organization and implementation of the strategic goal, which is creating enterprise value. The aim of the article is to present the essence of non-material resources, the concept of intellectual capital and the role of its components in the development of enterprise's value. The study attempts to present the outlines of the structure of exemplary models taking into account the value of the enterprise's non-material resources.

**Keywords:** non-material resources, intellectual capital, the value of the company, models of company value

#### Cytowanie

Czerniachowicz B. (2016). Zasoby niematerialne i kapitał intelektualny a wartość przedsiębiorstwa. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4 (82/2), 373–382. DOI: 10.18276/frfu.2016.4.82/2-32.